

电商领域消费者权益保护的实践困境与出路

钟林杰

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月19日

摘要

随着数字经济成为全球范围内经济增长的重要引擎, 电子商务已经深度融入我们社会生活的各个方面。然而, 由于其虚拟化、智能化、平台化与全球化的特征, 使电子商务在带来前所未有的便利同时, 也对奠基于工业文明时代的传统消费者权益保护法律体系带来了颠覆性的挑战。本文旨在剖析电商领域消费者在维权过程中面临的证据偏在、合意异化、治理壁垒、责任模糊与惩戒失灵等五大核心困境, 并思考性揭示技术依赖、数据寡头垄断与维权心理成本等新兴隐性问题。本文论证, 应对这一系列相互交织的体系性难题, 必须突破传统局部修补式立法填充的思维模式, 转向构建一个融合了规则重构、技术赋能、责任再造、机制创新与国际协同为一体的多元共治生态体系, 为构建适应数字化时代特征的消费者权益保护提供充满包容性与前瞻性的路径指引。

关键词

电子商务, 消费者权益保护, 格式条款, 算法问责, 多元共治

The Practical Dilemmas and Solutions in the Protection of Consumers' Rights and Interests in the E-Commerce Sector

Linjie Zhong

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 9, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 19, 2025

Abstract

As the digital economy has emerged as a crucial engine for global economic growth, e-commerce has been deeply integrated into all aspects of our social life. However, characterized by virtualization, intelligence, platformization, and globalization, e-commerce, while bringing unprecedented

文章引用: 钟林杰. 电商领域消费者权益保护的实践困境与出路[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 1319-1324.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14113565

convenience, also poses subversive challenges to the traditional legal system for consumer rights protection, which is rooted in the era of industrial civilization. This paper aims to analyze the five core dilemmas faced by consumers in safeguarding their rights in the e-commerce field, including information asymmetry in evidence, alienation of consensus, governance barriers, ambiguity of liability, and failure of punishment. It also explores and reveals emerging hidden issues such as technology dependence, data oligopoly, and psychological costs of rights protection. The paper argues that to address this series of intertwined systemic problems, it is essential to break free from the traditional mindset of partial and incremental legislative amendments. Instead, we should shift towards building a multi-stakeholder collaborative governance ecosystem that integrates rule reconstruction, technological empowerment, liability restructuring, mechanism innovation, and international coordination. This ecosystem is intended to provide an inclusive and forward-looking road map for establishing consumer rights protection that adapts to the characteristics of the digital age.

Keywords

E-Commerce, Protection of Consumers' Rights and Interests, Standard Terms, Algorithmic Accountability, Multi-Stakeholder Governance

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

传统消费者权益保护的法律体系，其根本逻辑在于经营者与消费者之间的二元对立结构，并通过预设交易双方在物理空间的对等性、信息获取能力的相对平衡性以及救济渠道的可达性来搭建。然而，电子商务在数字化时代的崛起，以其去中心化的网络结构、数据驱动的运行逻辑和算法主导的决策模式，在带来强经济的同时也不断瓦解着传统保护体系的根基。电商平台，作为前所未有的市场组织者与规则制定者，嵌入到了交易链条的每一个扣环；算法，作为看不见的“市场之手”，深度影响了价格发现、商品推荐与信用评价的过程；数据，作为新兴的生产要素，其控制权的高度集中，创造了新的权利的不对称。这一切问题使得消费者在电商环境的生态中从“相对弱者”逐渐沦为了“绝对弱势方”，其知情权、公平交易权、求偿权等核心权利不断被系统性地侵蚀。在当下的电商市场实践中，涌现的种种消费者维权困境，并非是孤立的法律适用难题，而是传统保护模式与新型数字经济业态之间结构性冲突的集中体现。因此，本文旨在穿透现象看本质，系统化梳理这些困境产生的深层机理，并尝试构建一个面向未来、更具韧性的保护体系，为电商经济的持续健康发展提供路径支撑。

2. 电商消费者权益保护的核心困境与新兴挑战

电商领域的消费者权益保护困境，根植于其技术架构、商业模式与法律规则之间的深刻张力。其困境不仅包括已被广泛讨论但远未解决的结构性难题，而且也蕴含着一些初见端倪、亟待重视的全新挑战。这些挑战不仅影响消费者权益，也制约着电商市场环境的公平性和可持续发展。

2.1. 证据偏在与技术黑箱深化了举证困境

在电商相关的纠纷中，举证难题已经从“缺乏证据”升级为“无法理解与获取关键证据”。关键性证据，如平台的个性化定价算法模型、形成用户画像的底层数据、搜索排列的权重规则，乃至直播带货中主播行为与平台流量推广之间形成的关联数据，无一不被封存于平台的“技术黑箱”之内，对于消费者

乃至法官而言，都难以窥见其内部运作逻辑。比如，在指控“大数据杀熟”时，消费者所能提供的往往仅是不同终端或账户下的价格截图，而平台则可以轻易地以“不同用户享受的优惠券组合不同”、“实时供需变化导致了价格波动”等看似合理的理由进行直接抗辩。由于消费者无法获取算法的原始代码、训练数据与决策日志，造成他们举证责任在事实上已经成为了“不可能完成的任务”[1]。这种由技术造成的信息与能力鸿沟，使得传统司法实践下“谁主张，谁举证”的诉讼原则在数字语境下可能异化成固化不公的工具，也阻碍了电商平台在数据透明和算法公平方面的自我优化与行业自律。

2.2. 合意异化与权利失衡隐藏着格式条款不公

电商平台格式条款的核心问题在于其导致了“合意的消失”。平台利用其绝对的市场优势地位，通过一系列精妙设计的交互界面——如无法跳过的冗长用户协议、默认勾选的同意选项、需要多次点击才能展开的隐蔽条款——使得消费者的“同意”意志成为了一种被操纵的、非理性的过程性行为。而在这其中，有两个关键条款尤为重要且危险：一是单方无限变更权，允许平台在不经用户实质性同意下，随时修改服务内容甚至是核心服务条款，用户若是继续使用即视为同意，这就造成了用户的选择权被架空[2]；二是不利于消费者的管辖与法律选择条款，平台通过将管辖法院约定在平台所在地，极大地提高了消费者的维权门槛，客观上限制了大部分消费者的司法救济通道。

北京第三中级人民法院发布的“刘某诉淘宝店铺手办模型买卖合同纠纷案”对此有直观体现¹。该案中，刘某以243元购买手办模型，商家在商品详情页以“与其他文字仅颜色不同、字体大小一致”的标注载明“一经签收，概不退换”。快递员未通知刘某即放丰巢柜，刘某开柜后3分钟发现手办磕碰，申请退货被拒，通过平台退款寄回商品后，商家反而起诉要求其支付货款及损失1000余元。刘某的“同意交易”仅针对商品本身，对隐蔽的退货限制毫不知情，商家以格式条款单方面剥夺权利，消费者的“同意”沦为程序性形式。法院在裁判中直指条款不公，认定刘某收到瑕疵商品要求退货正当，商家无证据证明商品不宜退货或刘某恶意损坏，且“签收不退”条款未以显著方式提示，对消费者不产生约束力，最终，法院驳回商家诉求。法院这一判决本质是纠正格式条款对合意真实性的扭曲，还原合同自由原则。这种以格式条款约束带来的系统性不公平，使得合同自由原则与双方意思表示一致原则在电商领域面临着严峻的挑战，也影响了电商贸易的诚信基础和用户黏性。

2.3. 治理壁垒与法律真空存在着的跨境电商维权迷局

跨境电商是全球经济发展的重要支柱之一，但跨境电商的繁荣，也使得消费者权益保护问题变成一件难事。跨境电商纠纷一旦发生，首先面临的重要问题就是法律适用困惑。究竟是适用消费者住所地的法律，还是经营者所在地法律，亦或是平台注册地的法律？因为不同法律在消费者权益保护生态下的规定大相径庭。若依照传统的“原告就被告”的原则，中国消费者可能需要远赴海外来提起诉讼，其诉讼成本之高昂、诉讼程序之繁杂这两个因素，就足以使大多数消费者望而却步。但这并不是全部问题所在，更深层的问题在于，即使消费者千辛万苦取得了诉讼的胜利，但在域外的实践处理又将是一道难以逾越的鸿沟[3]。各国对消费者权益的保护缺乏高效的跨境协作机制，极有可能导致消费者的维权努力付诸东流，进而影响跨境电商的整体信誉和市场拓展。

2.4. 平台角色混同带来了策略性模糊的责任规避

电商平台在交易中扮演了诸多重要却矛盾的角色：它既是市场的搭建者与规则的制定者，也可能是直接的竞争者(通过自营业务)，还是纠纷的初始裁决者。这种严重的角色混同为其规避法律责任创造出了

¹来源于：中国长安网 http://www.chinapeace.gov.cn/chinapeace/c100037/2024-03/31/content_12721070.shtml。

一片灰色地带[4]。这种角色混同引发的责任模糊并非仅存在于平台主体,在电商交易链路的上下游环节中同样普遍存在,其本质都是交易结构复杂化导致的权责认定困境,典型如广州互联网法院审理的“一件代发”模式纠纷案。²

该案中,李某通过“一件代发”模式从某服饰商行采购商品后加价零售,双方仅口头约定“8%左右退货率”却未明确超比例退件的责任划分。消费者大量退货后,服饰商行签收部分退件后退收其余货物,导致退件遗失,李某垫付退款后起诉要求服饰商行承担全部损失。此案暴露出电商交易中角色交叉的典型问题:李某对消费者是商品销售者,对服饰商行是采购方;服饰商行对李某是供货方,对退件问题又可能成为责任承担者,二者因角色功能重叠陷入“约定缺位→互相推诿”的僵局。这种非平台主体间的角色模糊与责任纠纷,与平台的角色混同问题本质同源——均因电商交易链路的碎片化打破了传统“二元对立”的责任框架,导致法律关系认定困难。

平台恰恰利用了这种角色模糊性构建起责任规避的防线。在面对商品质量、虚假宣传等纠纷时,平台常常援引“避风港原则”,将自身定位为单纯的信息网络服务提供者,以“不知情也不应知平台内经营者侵权”为由,逃避对商家资质和商品质量的实质性审查义务。例如在知识产权侵权纠纷中,平台往往以“已履行通知删除义务”为由主张免责,但若其对侵权行为存在“概括性认识”却故意视而不见,则可能突破“避风港”的保护边界。而在自营业务中,平台又通过模糊的店铺标识混淆主体身份,使消费者在权益受损时难以厘清责任方,究竟应追究平台作为销售者的直接责任,还是追究其背后关联公司的责任,这种认知障碍直接削弱了消费者的维权能力。

更值得警惕的是,平台还通过规则制定权强化这种责任模糊性。正如“一件代发”案中交易双方因缺乏明确规则陷入纠纷,平台作为规则制定者,既可以像某开放平台那样明确禁止“恶意倒卖”类代发行并设定处罚标准,也可能通过模糊化的条款为自身责任留白。这种“既是裁判又是运动员”的角色矛盾,使得平台既能通过自营与第三方店铺的流量分配获取商业利益,又能在纠纷发生时通过角色切换将责任转移给平台内经营者或上下游商家。在这种角色混同的电商环境下,平台得以在法律夹缝中实现利益最大化与责任最小化的平衡,而消费者则成为责任模糊地带的最终受损者。

2.5. 惩罚性赔偿的制度性失灵造成了威慑不足与激励缺失

我国的《消费者权益保护法》中设立了“退一赔三”的惩罚性赔偿制度,但在当下普遍标的额较小的电商纠纷中,其对不良商家的威慑效果已经显著减弱。一方面,对于技术化的、系统化的侵权行为(如较为普遍的算法歧视),证明经营者主观上的“欺诈故意”变得异常困难。另一方面,个体维权成本与收益严重失衡,消费者为了一件价值百元的商品,可能需要投入数十小时的时间成本来学习复杂的法律知识、承担举证不力的败诉风险以及潜在的律师服务费用,即便胜诉,所获得赔偿也远远不能覆盖其综合支出[5]。这种源于消费者的“理性忽视”使得绝大多数侵权行为无法被追诉,也就让惩罚性赔偿制度在实践中逐渐有了被“架空”之虞,不利于形成对电商市场失信的约束机制。

2.6. 技术依赖、数据垄断与心理成本博弈中的新兴隐性挑战

消费者越依赖平台的便捷服务(如一键登录、智能客服、自动续费),其被技术锁定的程度就越深,即退出平台、更换服务的成本也就越高;久而久之,消费者的议价能力也随之减弱,形成了一种数字时代的“新型人身依附关系”。此外,头部的电商平台还通过掌握海量用户的数据信息,形成了强大的市场支配地位与数据垄断,不仅扭曲着本应公平的市场竞争环境,还使得消费者无法将其在一个平台上累积的消费信用、评价与偏好数据同步迁移至其他平台,进一步巩固了头部平台的垄断地位,抑制了整个营

²来源于:中国法院网 <https://www.chinacourt.cn/article/detail/2024/08/id/8072336.shtml>。

商环境的发展创新[6]。再者，消费者经历的漫长维权流程、与 AI 客服沟通带来的挫败感、对法律程序的不了解以及对企业报复的恐惧担忧，都给其带来了巨大的心理压力与焦虑。这种无形的“心理成本”是阻碍消费者维权的重要隐性因素，但却长期被我们研究所忽视，同时也制约了电商经济从“流量驱动”向“信任驱动”的转型升级。

3. 构建面向未来的多元共治保护体系

面临上述相互关联且错综复杂的困境与挑战，任何单一的、孤立的解决方案都是徒劳的。我们必须采取一种系统性、生态化的治理思维，构建一个由政府、平台、消费者、行业组织与技术社区共同参与的多元共治体系，在保障消费者权益的同时，也为电商经济的持续繁荣营造公平、透明、可信的交易环境。

3.1. 规则重构：推动法律的现代化转型

首先，法律必须对数字经济的现实情况作出敏锐且坚定地回应。可以考虑启动《消费者权益保护法》与《电子商务法》的联动修订，引入对核心格式条款的“实质性公平”审查标准。这要求不仅是审查其是否履行了提示义务，更要审查其内容是否有“显失公平”的潜在可能。对于平台一方的单方变更权，法律应当明确，任何对消费者不利的内容变更，都必须获得消费者的明示同意，否则不发生效力；再者，必须大幅扩大举证责任倒置的适用范围，在涉及算法决策与数据画像等消费者处于绝对的信息劣势的领域，应当由经营者承担其行为合法、合规、合理的证明责任[7]。这些规则的重构不仅有利于保护消费者，也有助于提升电商平台的服务质量和品牌信誉。

3.2. 技术赋能：以科技正义制约科技权利

我们应当以技术之道，还治技术之身。一方面，国家应鼓励并投资建设国家级可信电子证据存证平台，利用区块链不可篡改、可追溯的技术特性，为电商交易的全流程提供“低成本、高公信力”的一站式“固证服务”，从根本上解决消费者取证难的问题；另一方面，还要建立严格的算法问责与透明度制度[8]。强制要求平台对其关键算法(尤其是定价与排名算法)的运用机制、主要参数与决策逻辑进行必要的解释与披露，并探索建立独立的第三方算法安全审计机构，定期对主流头部平台的算法进行合规性审计，并向社会公布摘要报告。这不仅有助于增强消费者信赖，也为电商企业提供了明确的技术合规指引，促进其良性发展。

3.3. 责任再造：厘清与压实平台的主体责任

电商平台必须为其所塑造的数字生态承担“看门人”的终极责任。法律应当推动平台责任实现从“被动免责”到“主动治理”的模式转变。对于关系消费者生命健康安全商品或服务，平台应当承担普遍的、主动的资质与质量审查义务，而不能仅仅局限于事后移除；对于其自营业务，必须实行强制性的、清晰无误的标识制度，并规定标识不清的法律后果是平台承担直接的销售者责任；另外，也应要求大型平台建立高效、公正的内部在线纠纷解决机制，鼓励平台引入专业的第三方人员或者机构参与到平台的初步裁决中，并可考虑将此作为消费者诉讼的前置必经程序，以实现纠纷的快速分流与化解。明确的责任边界有助于平台优化运营管理，提升用户体验，进而间接增强其平台的市场竞争力。

3.4. 机制创新：激活社会共治与激励相容

想要破解维权成本与收益不等的难题，我们可以进行步伐稳健的机制创新。首先，需要全面激活并完善消费者集体诉讼与公益诉讼制度，应当降低消费者协会提起公益诉讼的门槛，并引入“声明退出”

规则,即所有受害消费者除非明确表示退出,否则自动成为集体诉讼成员,有权共享胜诉成果,以此形成对违法商家的规模化震慑;其次,可以探索建立“消费者权益保护与激励基金”。资金可以来源于对平台违法行为的部分行政处罚款、财政拨款以及社会捐助。该基金可以用于资助个体的典型诉讼、对提供重大违法线索的消费者进行奖赏,亦或是为部分困难的维权消费者提供免费的法律咨询与代理服务;最后,可以大力推广“测试性诉讼”,即由司法机关或者消费者协会选取具有普遍性的典型案例进行审理,其判决结果可能对后续同类纠纷具有强烈的指导性和参照性,从而在节约司法资源的同时也能更好地维护更多的消费者。机制上的果敢创新,有助于构建一个政府、市场、社会协同治理的电商发展新生态。

3.5. 国际协同:应对全球化的数字市场

关于跨境电商的发展问题,在当下全球化加速的世界环境下已经不可闭门造车,任何国家的单边发展模式效果始终受限。我国应以更加积极的姿态,主动参与双边、区域及多边的电子商务与消费者权益保护国际合作,推动签署更多的跨国协定,简化文书的送达、调查取证以及判决的承认与执行程序。同时,可以借鉴欧盟的“在线纠纷解决平台”的经验,联合主要贸易伙伴国,探索构建“跨境电子商务国际在线纠纷解决中心”,整合仲裁、调解、中立评估等多种方式,为全球消费者提供一站式的、高效化的境外纠纷解决服务。这项举措不仅能够为我国的电商企业“走出去”创造了更加稳定和可预期的国际营商环境,而且能够为世界各国在跨境电商的全球化发展中,提供重要的平台支撑。

4. 结论

电子商务发展的洪流不可逆转,它既带来了巨大的福祉,也提出了严峻的权利保护课题;它的浪潮奔涌向前,既承载着经济增长与社会进步的无限可能,也内含着权利失衡与伦理失范的深刻危机。本文所系统揭示的证据黑箱、合意消亡、治理赤字、责任逃避与惩戒空转等困境,以及技术锁入、数据垄断与心理消耗等隐性剥夺,共同昭示着一个不容置疑的结论:数字时代的消费者权益保护,是一项关乎社会正义根基的体系性工程。沿用工业时代的线性思维与单一监管模式,无异于刻舟求剑。面向未来,我们必须确立“多元共治”的核心治理哲学,通过法律的规范性重构以奠基公平基石,通过技术的民主化赋权以制衡平台强权,通过平台责任的清晰化再造以明确市场预期,通过维权机制的人本化创新以激活社会共治,并通过治理的全球化协同以应对世界化市场。唯其如此,我们方能在享受数字文明巨大红利的同时,确保电子商务发展走在一条公平、正义、包容与可持续的轨道上,最终抵达一个技术向善、商业向善、权利得以安顿的未来,实现电子商务经济的高质量发展与消费者权益保障的有机统一。

参考文献

- [1] 朱慧敏. 数字经济下大数据“杀熟”的规制困境及对策[J]. 西部财会, 2024(1): 74-76.
- [2] 张再芝, 王子琼. 电子商务合同格式条款的法律规制[J]. 文化学刊, 2025(2): 166-169.
- [3] 童永峰. 跨境电商境内消费者权益保护的法律困境与破解路径研究[J]. 产业创新研究, 2025(11): 54-56.
- [4] 郭超. 平台电商常见交易纠纷的责任分析与风险防范对策[J]. 经济师, 2024(5): 53-54+56.
- [5] 宗浩阳, 唐小琼, 胡瑛, 等. 论网购消费者权益的法律保护[J]. 中关村, 2025(5): 180-182.
- [6] 赫硕. 个人信息保护视角下消费者信息权保护的现状、困境与路径[J]. 法制博览, 2025(19): 40-42.
- [7] 王迪羽珊. 大数据“杀熟”中消费者权益保护问题研究[J]. 中国品牌与防伪, 2025(8): 71-73.
- [8] 于晓航. 直播带货中消费者求偿权实现的司法困境与出路[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(11): 53-55.